(C) Dirck Halstead for TIME

Se me preguntó, como miembro de la lista Nacional de Fotógrafos de Prensa, qué implicaba haber descubierto una fotografía de hace dos años que acabó convirtiéndose en "la foto de la semana".

Han corrido muchos rumores en la comunidad fotoperiodística sobre la foto de portada de la revista Time que muestra a Mónica Lewinsky –con los labios rojos brillando y los ojos cerrados en un gesto de anticipación– al momento de ser abrazada por el Presidente Clinton en un evento para recaudar fondos en octubre de 1996.

Aquí, de manos del fotógrafo, está el recuento exacto de lo que sucedió.

Tengo la teoría de que cada vez que el obturador atrapa un encuadre, la imagen se registra, en un umbral muy bajo, en el cerebro del fotógrafo. He escuchado esto una y otra vez en boca de fotógrafos de todas partes del mundo. No importa si el fotógrafo vio o no la imagen procesada. Estas fracciones de segundo, en las que el espejo regresa a su posición, se registran como "pelusa fotográfica" en la mente del fotógrafo.

Cuando en febrero de este año salieron las fotos de Mónica Lewinsky, con boina, en el césped de la Casa Blanca, YO SABIA que ya había visto aquel rostro con el Presidente. No tenía idea de cuándo, ni de dónde.

Cuando tomo fotografías para la revista Time cubriendo la Casa Blanca, cosa que hago cada tres meses (nadie podría hacerlo más seguido), las fotos se van primero a la revista. Tienen derechos de primera vez sobre las fotos. Una vez que han revisado el paquete y que han seleccionado unas cuantas para la colección fotográfica de TIME–LIFE, el paquete pasa a mi agente, GAMMA–LIAISON. Ellos hacen una segunda revista, y separan las fotos seleccionadas. Finalmente, el paquete regresa a mí y descansa en mi mesa de luz hasta que lo reviso una vez más y luego envío todo a la Universidad de Texas donde se encuentran mis archivos. Porque estoy ocupado, tan sólo llego a enviar fotos a Texas más o menos cada 18 meses.

Cuando se desató la historia Lewinsky, muchas organizaciones empezaron a revisar sus archivos sin encontrar nada. Yo contraté a una investigadora quien comenzó a revisar las pilas de diapositivas en la mesa de luz. Después de cuatro días y más de 5 000 diapositivas, encontró UNA imagen, de un evento para recaudar fondos en 1996. Para entonces, el lapso inicial en que se revela un suceso de interés periodístico había pasado. Le dije a TIME que habíamos encontrado una imagen, y la envíe a Nueva York. Todos estuvimos de acuerdo en que ésta era una imagen importante, pero la historia se había alejado de nosotros. Así que todos estuvimos incubando la foto durante seis meses. Cuando uno lo piensa, resulta increíble. No sólo fue TIME, sino también Gamma–Liaison los que guardaron un secreto durante seis meses.

Cuando Mónica acudió a ofrecer su testimonio a los fiscales, la historia se devolvió a la primera página. Fue aquí que TIME y la agencia entraron en acción. La foto apareció en la portada de TIME , y ahora circula en revistas y periódicos por todo el mundo.

Así que, ¿cuál es la lección por aprender de este episodio?

Hace unos meses escribí algo sobre David Rubinger donde hablaba sobre lo importantes que son nuestros archivos. Yo basaría el caso en este ejemplo.

Una de las cosas que se volvió evidente es que, primero, los cables noticiosos no pudieron encontrar esta foto, aún después de haber sido colocada en sus archivos. Quizás eso se deba a varios problemas. Número uno, han hecho recortes en su personal de apoyo —¿quién va a revisar sus fotos? La verdad es que después de unos meses las fotografías van a parar a bodegas. Si los fotógrafos a izquierda y derecha de mí en ese foro aquella noche estaban usando cámaras digitales lo más probable es que hayan borrado sus archivos (¿Mónica qué?). Una vez que TIME sacó la foto, las cadenas informativas pudieron recurrir a su banco fílmico y encontrar la foto. Sin embargo, no hemos visto nada de los otros fotógrafos que estuvieron ahí,

más que una foto de un fotógrafo amateur que estaba entre la gente, imagen que apareció en la portada de NEWSWEEK.

Haré un poco de dinero con esta foto (una cifra ni siquiera cerca de la que supone la mayoría de la gente), pero si no fuese dueño de mis propias fotografías, y si no las revisara, la foto jamás se habría dado a conocer.

Es por esto que es TAN importante ser dueño de tus fotografías. El hecho es muy simple: ninguna organización tiene la "memoria de la imagen" que tiene el fotógrafo que tomó la foto. La gente que quiere "alquilar el trabajo" de los fotógrafos, también disocia el mejor atributo de aquello que tienen que vender.

Una última cosa…yo no estoy hablando sobre Mónica versus el Presidente…sobre quién está mintiendo y quién no…estoy hablando de los fotógrafos que registran la historia, y que tienen una obligación de hacer disponibles esas fotografías a las generaciones venideras.

Por favor visite la excelente página web sobre fotoperiodismo de Dirk Halstead en http://digitaljournalist.org

http://www.zonezero.com/magazine/articles/halstead/monicasp.html